

Правильный путь

коммерческий директор
Радик Нигматулин

Нет идеальных моделей управления продажами,
которая подходила бы всем компаниям,
нет шаблонных структур



MACRO

- ✓ если по классу жилья?
- ✓ в разрезе каналов продаж (агентства и личные)?
- ✓ если в разрезе инструментов – способов покупки?
- ✓ какая конверсия ипотечных заявок?
- ✓ как повлиял на конверсию рост стоимости квартир и низкая ставка банка?
- ✓ если совместить несколько факторов?

А давайте построим диаграмму за последние 2 года, совместим все параметры и добавим среднюю стоимость сделки?

Нельзя построить эффективные продажи без построения системы метрик, стандартов и гибкого управления – возможности быстрого принятия решений.

Продажи и маркетинг компании – это то, как компания выглядит на рынке, каждая деталь имеет значение.

Для кого-то полный аутсорс с командой профессионалов будет эффективнее построения собственной службы, это как взять такси и доехать до нужного пункта «В».

Собственная служба продаж и маркетинга – это часть стратегии развития девелопера.

Любая модель может быть эффективной. Любой путь – правильным.